



Intelligence Inventive

Évaluez la capacité d'innovation de votre entreprise



Active Innovation Management

Copyright Bernard Besson & Renaud Uhl chez Active Innovation Management www.intelligence-inventive.com

Mentions légales & Identité

Mention Légales

- « Les informations recueillies font l'objet d'un traitement informatique destiné à analyser votre démarche d'innovation et à créer une banque de données relative aux capacités d'innovation des entreprises. Le destinataire des données est Active Innovation Management.
- Conformément à la loi « informatique et libertés » du 6 janvier 1978 modifiée en 2004, vous bénéficiez d'un droit d'accès et de rectification aux informations qui vous concernent, que vous pouvez exercer en vous adressant à Active Innovation Management, 42 rue des Sources, 92160 Antony.
- Vous pouvez également, pour des motifs légitimes, vous opposer au traitement des données vous concernant.

Identité

- Sauf accord express de votre part, Active Innovation Management s'engage à ne pas diffuser vos coordonnées et les informations relatives à vos réponses.
- Merci de bien vouloir remplir les champs ci dessous :
 - Nom* :
 - Prénom* :
 - Société* :
 - Fonction* :
 - Adresse Mail* :
 - Téléphone :

* Champs obligatoires

Copyright Bernard Besson & Renaud Uhl chez Active Innovation Management www.intelligence-inventive.com

Intelligence Inventive

L'intelligence inventive est la contribution du processus d'intelligence économique à la pensée inventive.

L'intelligence économique fournit à la pensée inventive des questions, des informations et des connaissances organisées en réseau.

L'intelligence inventive transforme l'ignorance en profit.

Copyright Bernard Besson & Renaud Uhl chez Active Innovation Management www.intelligence-inventive.com

12 Facteurs Clés

L'intelligence inventive s'organise autour de 12 facteurs clé de succès. Ils permettent une vision globale et partagée de toutes les aptitudes et attitudes favorables au processus d'innovation.

Copyright Bernard Besson & Renaud Uhl chez Active Innovation Management www.intelligence-inventive.com

Auto évaluation

Notez la capacité de votre entreprise en répondant aux questions qui vont suivre.

- 0 Nul – inexistant
- 1 Passable
- 2 Bon
- 3 Très bon – formalisé
- NSP : si nous savez pas répondre à cette question

Formalisation des questions

Chaque facteur clé de l'intelligence inventive va apparaître sous la forme d'une fiche comprenant :

- Un titre
- Un texte descriptif du facteur clé
- 5 questions

Petit lexique

- Invention : Une invention est la matérialisation d'un acte créatif.
- Innovation : Une innovation est la mise sur le marché ou l'utilisation d'une invention. L'innovation concerne aussi bien les produits que les services ou le management.

C'est parti !

Démystification

L'entreprise se dote d'une culture favorable à la pensée inventive. Elle démontre que les innovations, petites ou grandes, existent dans tous les domaines et sont à la portée de chacun.



Copyright Bernard Besson & Renaud Ulm chez Active Innovation Management



www.intelligence-ventile.com

Démystification

0 : Nul - inexistant
1 : Passable
2 : Bon
3 : Très - bon formalisé
NSP : Vous ne savez pas

D'après vous ...

1. ... votre entreprise développe-t-elle une culture de l'innovation ?
2. ... a-t-elle la capacité d'innover ?
3. ... a-t-elle innové dans différents domaines ?
4. ... peut-on trouver les traces des innovations passées ?
5. ... ces innovations ont-elles changé votre manière de travailler ?

Copyright Bernard Besson & Renaud Ulm chez Active Innovation Management



www.intelligence-ventile.com

Organisation

L'entreprise innove en se dotant d'un système d'intelligence économique qui accompagnera le processus de pensée inventive. L'entreprise invente des questions, valide des réponses et porte les inventions sur le marché.



Démarche globale de l'innovation alimentée par l'intelligence économique

Copyright Bernard Besson & Renaud Ulm chez Active Innovation Management



www.intelligence-ventile.com

Organisation

0 : Nul - inexistant
1 : Passable
2 : Bon
3 : Très - bon formalisé
NSP : Vous ne savez pas

D'après vous ...

6. ... votre entreprise analyse-t-elle ses échecs pour innover ?
7. ... existe-t-il un partage de l'information au sein de l'entreprise?
8. ... existe-t-il une formalisation de la démarche de l'innovation ?
9. ... les réseaux internes et externes alertent-ils l'entreprise sur des opportunités et des menaces ?
10. ... votre entreprise innove-t-elle mieux que ses concurrents ?

Copyright Bernard Besson & Renaud Ulm chez Active Innovation Management



www.intelligence-ventile.com

Reformulation

L'entreprise reformule ses problèmes ou projets en « questionnant ses interrogations ». Elle découvre alors ses véritables attentes et besoins.



Dessin de Bercovici.
La demande initiale est souvent une voie de solution perçue à un problème différent.



Reformulation

0 : Nul – inexistant
1 : Passable
2 : Bon
3 : Très - bon formalisé
NSP : Vous ne savez pas

D'après vous ...

11. ... les différents services de l'entreprise sont-ils impliqués dans la définition de la stratégie d'innovation ?
12. ... cette définition bénéficie-t-elle d'expertises externes ?
13. ... chacun peut-il contribuer à la définition de la stratégie d'innovation ?
14. ... y a-t-il une synthèse des expertises internes et externes ?
15. ... les innovations envisagées répondent-elles aux besoins du marché ?



Prévision

L'entreprise accèdera aux données lui permettant de vérifier ou d'extrapoler sur l'évolution du marché. Elle met en place la bonne idée au bon moment.



Exemple heureux d'une très bonne idée sortie trop en avance.



Prévision

0 : Nul – inexistant
1 : Passable
2 : Bon
3 : Très - bon formalisé
NSP : Vous ne savez pas


D'après vous, votre entreprise ...

16. ... identifie t'elle les échéances en faisant de la veille sur les évolutions réglementaires, normatives et techniques ?
17. ... utilise-t-elle le système d'information pour recueillir, diffuser, croiser et valider les données ramenées par la veille ?
18. ... donne-t-elle un sens utile à ces informations écrites et orales ?
19. ... perçoit-elle et comprend-elle les signes avant-coureurs d'évolutions ?
20. ... met-elle à temps ses innovations sur le marché ?



Différenciation

L'entreprise identifiera les différences possibles par rapport à la concurrence. Elle prend en compte les différences souhaitées ou attendues par les clients.



Nintendo

Nintendo a révolutionné le monde de la console en changeant le mode de jeu et non en améliorant les performances de réalisme.

Copyright Bernard Besson & Renaud Uhl chez Active Innovation Management | www.intelligence-nintendo.com

Différenciation

0 : Nul - inexistant
1 : Passable
2 : Bon
3 : Très - bon formalisé
NSP : Vous ne savez pas

D'après vous, votre entreprise ...

21. ... a-t-elle la connaissance détaillée des produits et services offerts par la concurrence ?
22. ... a-t-elle connaissance des facteurs clé des avantages compétitifs de ses concurrents ?
23. ... a-t-elle connaissance de ses propres avantages compétitifs ?
24. ... invente-t-elle de nouveaux points forts différenciants par analyse des données disponibles ?
25. ... détecte-t-elle à l'extérieur de l'entreprise des nouveaux points forts différenciants ?

Copyright Bernard Besson & Renaud Uhl chez Active Innovation Management | www.intelligence-nintendo.com

Diversification

L'entreprise identifie de nouveaux marchés à partir de ses savoir-faire. Elle peut aussi proposer de nouveaux services à ses clients.



Un pépiniériste qui maîtrise les techniques de terrassement a mis à profit ses connaissances dans le domaine horticole en créant une activité de construction de piscines bio.

Copyright Bernard Besson & Renaud Uhl chez Active Innovation Management | www.intelligence-nintendo.com

Diversification

0 : Nul - inexistant
1 : Passable
2 : Bon
3 : Très - bon formalisé
NSP : Vous ne savez pas


D'après vous, votre entreprise ...

26. ... a-t-elle connaissance de ses savoir-faire valorisables ?
27. ... identifie-t-elle de nouveaux marchés pour les valoriser ?
28. ... a-t-elle connaissance des besoins non satisfaits de ses clients ?
29. ... répond-elle à ces besoins non satisfaits ?
30. ... associe-t-elle ses fournisseurs et partenaires sur des voies de diversification ?

Copyright Bernard Besson & Renaud Uhl chez Active Innovation Management | www.intelligence-nintendo.com

Observation

L'entreprise observe son environnement immédiat dans tous les domaines afin de résoudre ses problèmes avec les moyens du bord et à moindre coût. Des solutions simples et peu coûteuses sont à portée de main. La bonne idée est souvent une idée de proximité.



La coque d'un sous marin à haute vitesse est soumise à une forte abrasion par le sel. Le problème a été réglé en créant une particule de glace sur la coque avant.

Copyright Bernard Besson & Renaud Uhl chez Active Innovation Management | www.intelligence-inventiva.com

Observation

D'après vous, votre entreprise ...

0 : Nul - inexistant
1 : Passable
2 : Bon
3 : Très - bon formalisé
NSP : Vous ne savez pas

31. ... recueille-t-elle les observations de ses collaborateurs et partenaires ?
32. ... diffuse-t-elle ces observations aux compétences intéressées ?
33. ... tire-t-elle profit de l'observation de ses clients ?
34. ... tire-t-elle profit de l'observation des événements ?
35. ... utilise-t-elle les ressources, matérielles et immatérielles, à sa disposition pour créer des idées nouvelles ?

Copyright Bernard Besson & Renaud Uhl chez Active Innovation Management | www.intelligence-inventiva.com

Anticipation

L'entreprise devance ses concurrents par la perception des évolutions technologiques et commerciales. Elle questionne le passé et l'avenir des techniques pour anticiper sur les tendances et identifier ses concurrents de demain.



Aujourd'hui 5 ans 10 ans 15 ans 20 ans

Copyright Bernard Besson & Renaud Uhl chez Active Innovation Management | www.intelligence-inventiva.com

Anticipation

D'après vous, votre entreprise ...


0 : Nul - inexistant
1 : Passable
2 : Bon
3 : Très - bon formalisé
NSP : Vous ne savez pas

36. ... anticipe-t-elle les comportements de ses clients et futurs clients ?
37. ... a-t-elle identifié et pèse-t-elle sur les organismes de normalisation de ses métiers ?
38. ... utilise-t-elle la veille technologique et la veille brevet ?
39. ... identifie-t-elle les tendances darwiniennes de ses produits, process et services ?
40. ... identifie-t-elle les nouveaux entrants sur son marché ?

Copyright Bernard Besson & Renaud Uhl chez Active Innovation Management | www.intelligence-inventiva.com

Modélisation

L'entreprise modélise ses problèmes pour établir des passerelles entre ses savoirs et savoir-faire. L'entreprise modélise également l'ensemble de ses process.



L'aéronautique moderne a réalisé de grand progrès en modélisant les phénomènes de la nature. Des méthodes comme Biomimetic, TRIZ ou U-SIT permettent d'établir des passerelles entre différents mondes de connaissance.

Copyright Bernard Besson & Renaud Uhl chez Active Innovation Management | www.intelligence-inventiva.com

Modélisation

D'après vous votre entreprise ...

0 : Nul - inexistant
1 : Passable
2 : Bon
3 : Très - bon formalisé
NSP : Vous ne savez pas

- 41. ... utilise-t-elle un langage générique pour résoudre ses problèmes par analogie ?
- 42. ... utilise-t-elle des méthodes de modélisation pour innover ?
- 43. ... est elle organisée pour formaliser ses problèmes ?
- 44. ... demande-t-elle à l'ensemble de ses collaborateurs une modélisation de leurs tâches (fiche de tâche) ?
- 45. ... croise-t-elle les fiches de tâche pour innover ?

Copyright Bernard Besson & Renaud Uhl chez Active Innovation Management | www.intelligence-inventiva.com

Fécondation

L'entreprise surmonte les réticences et angoisses pour valoriser les idées nouvelles. Elle explore les sources d'innovation extérieures et favorise les regards croisés de ses compétences.



Une idée est vulnérable comme un flocon de neige dans une main. La fécondation aide à transformer le flocon en boule de neige, elle fortifie l'idée.

Copyright Bernard Besson & Renaud Uhl chez Active Innovation Management | www.intelligence-inventiva.com

Fécondation

D'après vous, votre entreprise ...

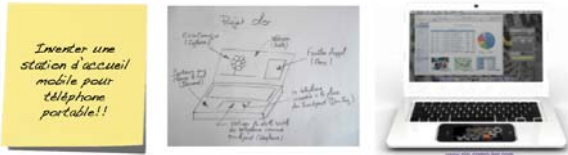
0 : Nul - inexistant
1 : Passable
2 : Bon
3 : Très - bon formalisé
NSP : Vous ne savez pas

- 46. ... est-elle réceptive aux idées des siens ?
- 47. ... est-elle réceptive aux idées venues de l'extérieur ?
- 48. ... transforme-t-elle les « oui mais... » en interrogations positives ?
- 49. ... met-elle en scène des opportunités favorisant le croisement des talents et des compétences ?
- 50. ... sort-elle de son domaine pour recueillir des idées nouvelles ?

Copyright Bernard Besson & Renaud Uhl chez Active Innovation Management | www.intelligence-inventiva.com

Motivation

L'idée fécondée devient un projet. L'entreprise reconnaît les apports individuels et organise une intelligence collective autour d'un rythme, d'une visibilité et d'un affect. L'appropriation par chacun motive les équipes.



Autour d'une idée initialement exprimée à travers des mots, l'entreprise fédère l'ensemble des équipes autour de dessins, puis de rendus design pour partager la vision collective du projet. L'idée est un être qu'il faut nourrir et faire vivre.

Motivation

0 : Nul - inexistant
1 : Passable
2 : Bon
3 : Très - bon formalisé
NSP : Vous ne savez pas

D'après vous, votre entreprise ...

- 51. ... sait elle réunir la bonne équipe autour d'un projet ?
- 52. ... insuffle-t-elle un esprit d'équipe, un affect, autour du projet ?
- 53. ... perçoit-elle et traite-t-elle les freins psychologiques ?
- 54. ... assure-t-elle la transparence indispensable à la motivation des équipes ?
- 55. ... reconnaît-elle les compétences et les talents mis en œuvre ?

Promotion

L'entreprise utilise les réseaux et les capacités de son intelligence économique pour protéger, valoriser et commercialiser son innovation sur le marché.



Une entreprise lilloise de livraison de médicaments a cloisonné ses camionnettes pour séparer les médicaments usés des neufs. Elle use de son réseau d'influence pour obliger l'ensemble des acteurs du marché à cloisonner leurs camionnettes.

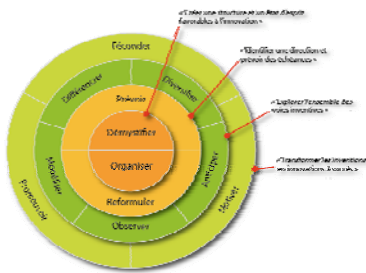
Promotion

0 : Nul - inexistant
1 : Passable
2 : Bon
3 : Très - bon formalisé
NSP : Vous ne savez pas

D'après vous, votre entreprise ...

- 56. ... protège-t-elle ses innovations (secret, propriété intellectuelle, contrat de confidentialité) ?
- 57. ... a-t-elle recours aux moyens de financement publics et privés de l'innovation ?
- 58. ... communique-t-elle efficacement sur le coté innovant de ses nouveaux produits et services ?
- 59. ... implique-t-elle ses équipes de développement dans cette promotion ?
- 60. ... utilise-t-elle ses réseaux d'influence pour valoriser son innovation ?

Organigramme de l'intelligence inventive



Score & Bilan

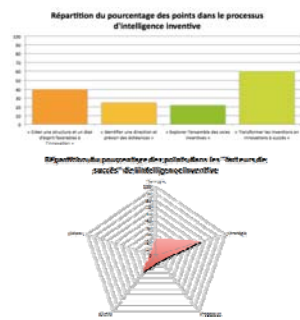
En retour du temps passé à remplir et à diffuser ce questionnaire, obtenez l'évaluation commentée de votre capacité à innover en saisissant vos réponses (et celles de vos collègues) en ligne à l'adresse suivante :

www.intelligence-inventive.com/formulaire.html

Interprétation

Vos données seront traitées et analysées pour faire ressortir les points forts et les faiblesses de :

- Votre processus d'innovation
- Des facteurs clés de votre intelligence inventive



Pour aller plus loin...

- Ce questionnaire vous a permis une première perception de votre intelligence inventive. En le diffusant à vos collaborateurs et partenaires, vous affinerez cette perception autour d'un langage commun.
- Les résultats obtenus et interprétés vous permettront d'initier un management efficace et de mettre en place des outils adaptés à votre démarche d'innovation.

Merci de votre collaboration

